

品質・サービス

お客様の視点に立った「満足」「信頼」「安心」の製品・サービスをお届けするためにさまざまなビジネスをグローバルに展開しています。

製品品質・サービスの理念・基本方針 ▶

ソニーの製品およびサービスの品質に関する基本的な考え方

[詳細へ ▶](#)

製品品質・品質マネジメント ▶



製品品質の更なる向上と品質マネジメント強化活動に取り組んでいます。

[詳細へ ▶](#)

お客様対応・カスタマーサービス ▶



お客様対応やサービスを通じて、さらなるお客様満足の向上に努めています。

[詳細へ ▶](#)

使いやすさとアクセシビリティ ▶



「使いやすさ」を製品品質の一要素ととらえ、多くの方に快適に使っていただける商品やサービスを目指しています。

[詳細へ ▶](#)

品質・サービス

製品品質・サービスの理念・基本方針

ソニーは、お客様に「満足感」「信頼感」「安心感」を提供できるよう、お客様の視点から、品質とサービスのさらなる向上を目指しています。「お客様から最も信頼されるパートナー」であり続けることは、ソニーにとって最大の目標であり使命です。

理念・基本方針

ソニーは創業以来、お客様の視点に立った高い品質の製品・サービスの提供を最優先事項としてきました。その理念は、設立趣意書（1946年、ソニーの創業者、井深大、起草）にも記されています。

2003年5月に導入した「ソニーグループ行動規範」でも、ソニーの製品およびサービスを利用するお客様の安全を保つため、事業活動のどの段階においても、法令に定める基準を満たす、またはそれを上回るための技術を継続的に追求し、安全性を確保していくことを定めています。

2012年4月、ビジネス環境の変化に合せ、ソニーが製品をお届けしている全ての国や地域のお客様に、お客様の期待を超える品質の製品とサービスをお届けする事を社員一人一人に徹底するため、エレクトロニクス事業でのソニーの製品およびサービスの品質に関する基本的な考え方を示す「ソニー品質憲章」を改定いたしました。



品質・サービス

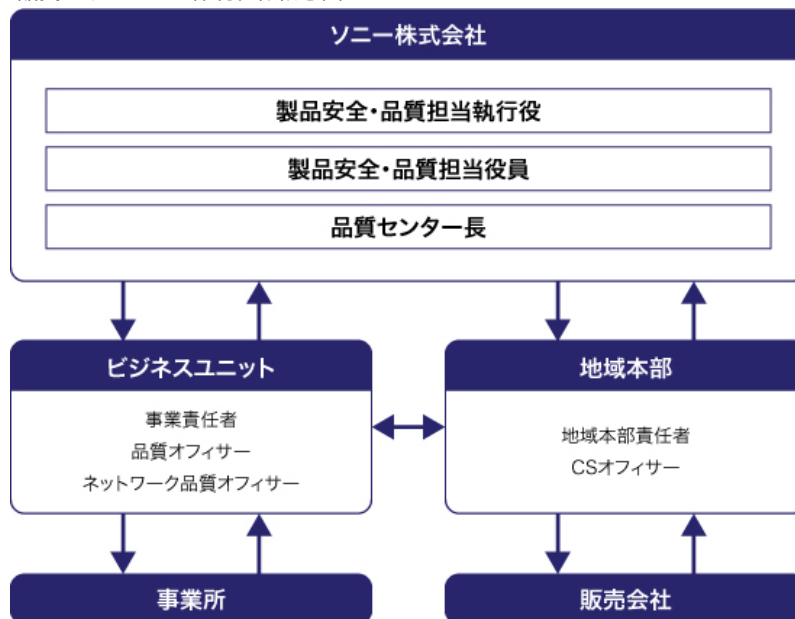
製品品質・品質マネジメント

ソニーは、「ソニー品質憲章」で掲げている「お客様の視点に立って考え、期待を超える品質」をお届けするために、品質最優先を徹底し、製品品質のさらなる向上と品質マネジメント体制の強化に継続的に取り組んでいます。

品質マネジメント体制

ソニーは、開発・企画・設計・製造から販売・サービスまでのプロセス全体で、品質マネジメント体制の枠組みを見直し、製品やサービスの品質に対する役割・責任・権限の再定義、必要な品質に関する社内ルールの整備などを行い、品質マネジメント体制を再構築しました。この品質マネジメント体制に基づき、次のような仕組みや活動を通じて、製品品質・サービス品質の改善を継続的に図っています。

品質マネジメント体制組織概念図



- 製品安全・品質担当の役員を任命し、製品品質・サービス品質の向上や問題発生時の適切な対応を統括。
- 事業部門ごとに品質向上活動の推進責任者（品質オフィサー）を任命し、製品安全・品質担当役員およびビジネスユニットの事業責任者の指揮・監督のもと、それぞれの製品や事業分野における品質向上への取り組みを推進。
- ネットワークサービスとその対応製品に関わる事業部門ごとに、ネットワーク品質オフィサーを任命し、品質オフィサーの指揮・監督のもと、ネットワークサービスとその対応製品の接続を含む総合品質の維持向上を推進。

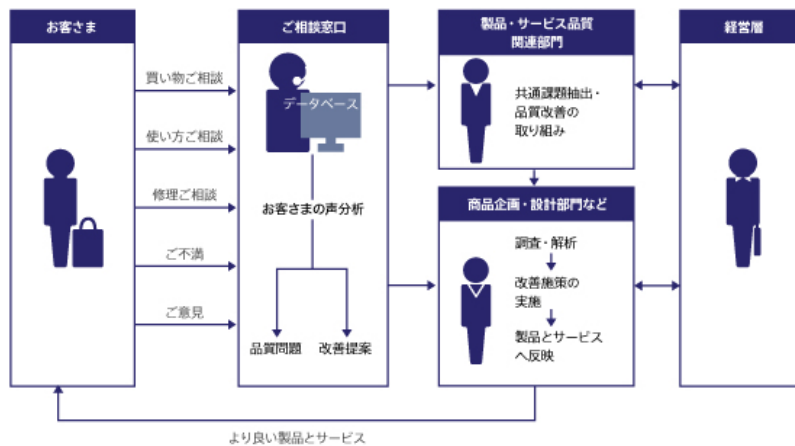
- 製品をお届けしている世界各地域にサービス部門を統括するサービス品質向上活動の推進責任者（CSオフィサー）を任命し、製品安全・品質担当役員および地域本部責任者の指揮・監督のもと、グローバルレベルでサービスの品質を向上させていくネットワークを構築し取り組みを推進。
- 事業部門および地域ごとにソニー製品に適用される法令や規制要求への適合を保证するための組織を構築し活動を推進。
- エレクトロニクス製品を製造している事業所においては、ISO-9001の認証を取得。
- 「ソニー品質憲章」を実現するため、ソニーグループの品質・CSの取り組みに関する中期目標や年度の目標および事業計画の指針を策定。このソニーグループの品質・CS目標や指針を受けて、各事業部門と地域本部は、年度の品質・CS目標や品質・CS事業計画を策定し、品質向上活動を推進。
- トップマネジメントによる「品質戦略会議」を、ソニーのエレクトロニクスビジネスの品質領域における最高意思決定機関として定期的開催。「品質戦略会議」にて、品質に関する方針・戦略・目標や品質向上に向けた重要施策などを審議・決定。
- 事業部門の品質オフィサーによる「品質オフィサー会議」を定期的に開催し、品質事業計画の進捗確認と目標達成に向けた活動の促進、品質問題の共有および共通課題に対する具体的な活動・対応などを協議。また、事業部門の品質オフィサーと世界各地域のCSオフィサーによる「品質・CSオフィサー会議」を開催し、各地域における製品品質・サービス品質向上の施策、共通課題や取り組みを共有し、全世界で品質改善活動を推進。
- エレクトロニクス製品やそのサービスが満たすべき品質要求事項（製品の安全性と性能、表示、サービスなどを含む）を定めたソニーグループの品質基準を制定し、技術の進歩、法規制や社会の変化にあわせて継続的に見直しを実施。
- 2006年9月からは、お客様の安全に影響を及ぼす、またその可能性のある製品事故の発生についてソニーに情報が入った場合、迅速に製品安全・品質担当役員に報告が入るよう、全世界でルールを強化。製品安全・品質担当役員は、届いた報告にもとづいて、必要な検証と対応を関連部署に指示し、お客様への適切な対応の実行を徹底。また、2007年12月からは、製品に係るソフトウェアの脆弱性に関しても同様の体制を構築し運用を徹底。

お客様の声の社内フィードバック

ソニーでは、お客様の声を積極的に製品やサービスの改善に生かす取り組みを行っています。製品をお使いいただいたお客様やサービスをご利用いただいたお客様から寄せられるご意見や不具合情報、使い方のご相談・ご質問などを、ご相談窓口でいち早く正確に把握し、商品企画や設計部門などと連携して、早期に品質改善・商品力向上に結びつける活動を国内外で展開しています。

その一例として、液晶テレビ〈ブラビア〉の主な機種において、お買い上げ後いち早くテレビを楽しんでいただけるように初期設定を改善しました。特に、ネットワーク接続については、ウィザード形式の分かりやすい画面でのガイドに変更したことにより、より簡単に〈ブラビア〉の多彩なネットワークサービスをお楽しみいただけるようになりました。

また、製品の機能をフルに活用していただくため、本体に組み込まれている電子取扱説明書も全面的に見直し、使い勝手を向上させると同時に、画像、イラストによる説明を追加する事により、直観的で分かりやすいものに改善しました。



社内の品質情報窓口

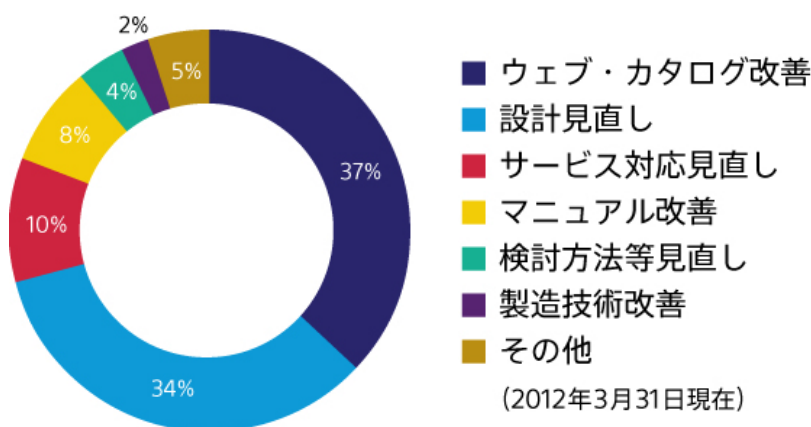
品質問題は早期発見が重要です。ソニーは、品質に関する問題、情報、意見などをグループ社員から幅広く収集するための品質情報窓口（Quality Hot Line）を2003年に設置しました。社員は、職場での解決や対応に関する判断が難しい問題、またソニー製品やサービスを利用するお客様の立場で気づいた品質問題などについて、品質情報窓口の社内専用ウェブサイトから投稿することができます。提供された情報は、すべて事実確認が行なわれ品質問題の再発防止策や未然防止策の立案・導入に活用されています。

その一例として、デジタルハイビジョンビデオカメラにおきまして、社員から寄せられた情報に基づき画像処理の仕様を見直し、より高画質が得られる様に改善することが出来た事例があります。

窓口開設以来、寄せられた情報は、2012年3月現在で1,560件を超えました。使いやすい製品にするための提案、取扱説明書の記述をよりわかりやすい表現に変更する提案など、多岐にわたる情報により改善された項目は1,000項目を超えています。

このようにソニーは、お客様に「満足感」「信頼感」「安心感」を提供できるよう、お客様の視点から、品質のさらなる向上を目指しています。

改善項目の内訳



市場品質監視

ソニーでは、事業領域ごとに品質保証の組織を持ち、管轄する製品の市場品質の改善に取り組んでいます。

2009年5月、市場品質状況の把握を強化し、品質問題が発生した場合の対応加速を目的として、市場品質監視機能を本社に設置いたしました。市場品質監視機能は、市場で発生している品質問題を国内、海外の様々な情報源から幅広くかつ迅速に収集し、週次で本社の品質マネジメントおよび技術専門家に対して報告、共有する機能を備えています。ここで報告された情報を元に市場対応が適切に実施されているかの監視とその対応の徹底に加え、品質問題に対する再発防止策および未然防止策の確実な導入実施を推進することで、ソニーの品質改善を加速しています。

製品の品質・安全性・長期信頼性への取り組み

設計の品質向上の取り組み

ソニーは、設計、製造、部品のそれぞれの業務領域で、以下のような製品品質向上の取り組みを行っています。

- 設計品質の取り組み：

事業部門の責任者が設計開始時に新規技術・新規部品やユーザー視点での使い方などを確認すること、また設計完了時に予定されていた品質レベルとその信頼性の実現状態や使い方を確認することを自ら行っています。加えて、ソニーブランドにふさわしい品質を備えた製品をお客様へ提供するために、ODM/OEMを含めた全社の品質基準を設け、設計完了時に遵守確認を行っています。これらの取り組みにより、新規技術/部品からの品質問題の発生を防止し、かつユーザーの利便性を考えた設計が行なわれるようにしています。

- 製造品質の取り組み：

製造品質においては、不良を「入れない」「つくらない」「出さない」管理に注力し、お客様に安心してご使用いただけるモノ造りを全ての製造事業所にて行っています。取り組みの事例としては、製造事業所毎に品質活動の重要目標を設定し、PDCA(Plan/Do/Check/Action)のサイクルを回し、目標を達成することにより製品品質の改善を進めています。ODM/OEMでの製造に対しても、ソニー製造事業所と同じ製造品質を確保すべくソニーとしての製造品質管理に関する標準ルールを設けて品質確保を行っております。

- 部品品質の取り組み：

製品に組み込まれる部品においては、長期使用を前提とし信頼性が求められる重要な部品を製品カテゴリーごとに見極め、担当の事業部門とソニー本社が協力して、新規の信頼性評価技術の開発など、部品信頼性向上の取り組みを進めています。

製品の安全性向上の取り組み

製品の安全性向上に取り組む一環として、医学的な観点から安全性を検討する委員会を社内にて設けており、健康に関する社内規定の作成・更新や最新の知見の共有などを行っています。また、製品安全に関する各種法規・基準への適合確認について社内プロセスの強化を推進しています。

新しい技術を用いた製品を開発する際は、お客様の健康に影響を及ぼすことがないように、社外の専門家による医学的な観点からの助言も得ながら、製品の開発・設計に取り組んでいます。専門家の助言を踏まえ必要と判断した場合には、専門機関の協力も得ながら、安全性を検証する評価試験を実施しています。

2010年テレビで商品化された3次元（3D）映像に関しても、その安全性については以前から高い関心を持ち、映像酔いなどによる生体影響の検討も含め、業界団体の各種委員会や国際標準化に関する会合に1997年から参加、最新の知見の収集に努めています。また収集した知見を活かす形で、3次元映像に関する各種検討会にも参画しています。

製品の長期信頼性向上の取り組み

2009年1月に発足した品質信頼性ラボでは、長期信頼性の向上に積極的に取り組み、お客様に長く安心してお使いいただける製品の提供を目指しています。

ソニーでは、信頼性技術の向上に専任で取り組む技術者を配し、長期信頼性の実現に向け材料や部品の劣化・摩耗・腐食などに係る要素技術や、新規技術や新規製品に即した新たな信頼性技術や評価技術を開発しています。開発した信頼性技術や評価技術、また得られた知見は、研修・セミナーや社内WEBでの公開を通じて全社で共有を図り、設計や部品選定に活かすことで製品の信頼性を高めています。さらに、新たな評価手法については、学会発表や工業会でも公開し、情報共有も行っています。ソニーが提案した歪ゲージを用いた表面実装半導体デバイス実装後の落下試験方法が電子情報技術産業協会（JEITA）の規格に採用されるなど、ソニーは品質・信頼性の向上でも一企業の枠を超えた活動をしています。

製品を長くお使いいただくためのイノベーション事例

1) VAIOノートPCのいたわり充電モード

いたわり充電モードでバッテリー充電を80%に制限することで、バッテリーの劣化を抑えることができます。この機能により、バッテリー寿命は約1.5倍になります。

機能と詳細については、以下のサイトをご参照ください。

- [ソニー バッテリーに関する基礎知識サイトへ\(日本語版\)](#)
- [ソニー バッテリーに関する基礎知識サイトへ\(英語版\)](#)

2) 製品を長くお使いいただくために、ソフトウェアなどのアップデートサービスを提供

お客さまにより長く製品をお使いいただくために、数々のソニー製品に対してアップデートプログラムやユーティリティソフトウェアなどを提供しています。

(Vaio ノートPC、デジタルカメラ、カムコーダー、デジタル音楽プレーヤー、デジタルボイスレコーダーなどの諸製品)

- [ソニー ソフトウェアダウンロードのサポートサイトへ](#)

より広範囲なワランティの提供について（ソニー ツーリスト・リミティッド・ワランティ）

ソニーのお客様には、より広範囲なワランティ（TLW: ツーリスト・リミティッド・ワランティ）として、特定の製品を対象に、購入した国以外でもメーカーワランティを提供します。1年間のワランティ期間内に製品が故障した場合、ユーザーはワランティ対象の修理サービスをTLWカードに記載された国／地域で受けることができます。修理対応国については下記のサイト内のリストに記載されています。ただし、故障状態がメーカーのワランティ条件を満たしている必要があります。

（*注：TLWが適用されない製品やTLWが適用になる地域などの詳細情報についても、以下をご参照ください。）

 [ソニー アジアパシフィックのサイト - 英語](#)

製品セキュリティの取り組み

近年、家電製品のデジタル化、ネットワーク化が進みソフトウェアの比重の増加にともない、個人情報などの漏えいやデータの破壊などが生じる危険性が増加しており、製品セキュリティの強化が重要視されています。

ソニーは、外部専門機関からセキュリティ情報を収集する専用窓口を設けるとともに、各事業部門に製品セキュリティ案件に関する責任者を配置し、連携して対応していく体制を構築しています。入手した情報をもとに責任者が中心となり該当製品の調査を行うとともに、セキュリティ観点からお客様に与える影響に応じた適切な対策を講じています。

また、お客様に安心してお使いいただける製品をお届けできるよう、製品セキュリティ確保に関する社内ルールの制定と継続的な社内教育を実施しています。加えて、2009年よりセキュリティ脆弱性検出ツールによる出荷前検査とその実行確認の仕組みを導入することによって、製品セキュリティ体制を強化しています。

品質問題とその対応

ソニーは、品質こそ、お客様にソニー製品を満足・信頼・安心してお使いいただくための最重要事項であると認識し、前述のような体制や取り組みを通じ品質問題の再発防止・未然防止に努めています。

例えば、2006年にPC用リチウムイオンバッテリーの品質問題の発生後、更なるバッテリーの品質の向上を実現するために、絶縁材料の高強度化等の材料の改善、素子内部への異物混入を防ぐ構造改善などによる安全性強化設計やメカニズム把握、また強制内部短絡試験等の解析・評価技術の運用と併せ、半導体事業所のノウハウを共有・応用した製造工程の徹底したクリーン化の実施などに取り組み、バッテリーの品質向上を実現しています。

このような取り組みを全ての製品で継続して行っていますが、品質問題発生の際には事実調査や不具合改善対応を、グローバルな視点で現地と連携し迅速に実行しています。品質問題が発生した場合のお客様対応に関し、品質問題を認識してからお客様への告知、市場対応の実施の判断と実行までを、すべてのソニー製品の共通プロセスとして策定し運用しています。

まず、発生した品質問題に関して、世界各国のサービス拠点から品質情報を収集・確認し、現地と連携して問題の内容を正しく把握します。その上で、問題の原因と対策、その効果を迅速に検証し、問題をお客様の視点で捉え直し、各国のすべてのお客様に同じサービスが提供できるよう現地の品質責任者と協力して対応方法を決定しています。

また、品質問題を伝える告知の方法は、お客様に対して問題の内容に応じて最適となる情報伝達方法を検討し、Web、E-mail、などの電子媒体やダイレクトメール、新聞紙面などの媒体を利用しています。

社外からの評価

ソニーは、世界中に多くの製品を製造・販売する中で、安全な製品を提供するための社内体制、トップマネジメントへの報告を含め安全上の問題が発生した場合の迅速な問題解決の仕組みを継続的に運用していること、および、2006年のバッテリーバック自主交換プログラムの経験を教訓に、製品安全に対する社員の意識改革に取り組み、製品安全文化の再構築に努めたことが高く評価され、経済産業省主催の平成21年度（2009年）第3回 製品安全対策優良企業表彰において「商務流通審議官賞」を受賞しました。

また、引き続き、平成23年度（2011年度）第5回 製品安全対策優良企業表彰において、コンシューマープロダクツ&サービスグループ Vaio&Mobile 事業本部(*)は、以下の取り組みが高く評価され、「商務流通審議官賞」を受賞しました。

1. R-Mapを活用したリスク対策の確実性を客観的に評価しユーザーの使用環境に即した独自の試験方法を開発して安全設計に努めている。
2. 製品に備わっている自己診断結果をもとに、安全上の重要事項を収集するシステムを構築し、市場における異常状態をモニタリングすることで事故の未然防止を図っている。
3. 事業本部の全社員を対象に「お客様の生の声を体感する研修」を実施し、お客様の実際の使い方や反応を直に聞くことにより、社員の安全意識の醸成に努めた。



(*) 組織名称は、受賞時の組織名

品質・サービス

お客様対応・カスタマーサービス

ソニーは、製品品質のさらなる向上に取り組むとともに、「ソニー品質憲章」で掲げている「お客様の視点に立って考え、期待を超えるカスタマーサービス」をお届けし続けるために、お客様対応や修理サービスにおいてもさまざまな活動を行い、お客様満足の向上に努めています。

体制

ソニーは、製品をお届けしている世界各地域にカスタマーサービス部門を統括するカスタマーサービス品質活動の推進責任者（CSオフィサー）を任命し、製品安全・品質担当役員および地域本部責任者の指揮・監督のもと、グローバルレベルでカスタマーサービスの品質を向上させていくネットワークを構築し、それぞれの地域のお客様のご要望に沿ったカスタマーサービスを提供できるよう取り組みを推進しています。

お客様対応サービススタッフの啓発

ソニーは、グローバルに質の高いカスタマーサービスを提供できるよう、お客様対応業務に携わる社員、およびパートナーのスタッフを対象に、特にお客様がお困りの問題に迅速に対応出来るよう、新技術の習得や解決策の共有に注力し、継続的な研修・教育の実施を徹底しています。

ご相談窓口

ソニーは、ソニー製品やサービスに関するお客様からのお問い合わせに対応するための窓口として、1963年に「お客様ご相談センター」を国内に開設しました。以来、その機能を全世界に展開するとともに、お客様重視の対応とさらなるお客様対応業務の品質向上を図っています。

お客様ご相談受付件数（2011年度）

（単位：千件）

地域	受付件数（電話、メール、書簡）
日本	3,590
北米	4,690
欧州	2,150
中国本土・香港	2,030
パンアジア※1	3,990
中南米	1,540

※1 該当地域：台湾、韓国、東南アジア、中近東、アフリカ、オセアニア

カスタマーサービス向上への取り組み

ソニーは、お客様とソニーをつなぐ手段として、インターネットを有効に活用しています。

ウェブサイトでは、取扱説明書やアップデートソフトウェアのダウンロードができるサイト、複数製品の接続方法や楽しみ方をまとめたサイトなど、製品やサービスの情報を公開するサイトのほか、よくいただくご質問をまとめたサイト（Q&A）や、お客様のトラブルが迅速に解決できるよう「故障かなと思ったら？」のサイトの充実を図り、製品やサービスに関する情報をタイムリーに、かつ、わかりやすく提供しています。

これらの製品やサービス情報の提供は、外部によるサポートウェブサイトの有用度調査などで高い評価をいただいています。

また、パーソナルコンピューター＜VAIO＞では、お客様のパソコン画面をインターネット経由でオペレーターに送り、同じ画面を見ながらオペレーターが操作方法やトラブル解決方法をご説明するサービス「VAIOリモートサービス」の展開や、これまで面倒に感じていた定期的なメンテナンスや、自分では対処方法が分からなかったトラブルの解決など、きめ細かなサポートをひとまとめにした「VAIO Care」を搭載し、毎日ふれるVAIOを、いつも快適に使っていただくため、機能面・サポート面において「初心者」の方でもわかりやすく、安心してご利用いただけるサービスの提供にも力を入れております。

さらに、一部の地域においては、さまざまなスタイルでのコミュニケーションを可能とするためのフォーラムを開設し、お客様同士による相互解決の場の提供「SNS(ソーシャルネットワークサービス)」や、チャットなどを用いたお客様サポートへの取り組みも開始しており、それぞれの地域ごとに多様化するお客様のニーズに合わせ、常にお客様満足度の向上に努めています。

修理サービス

ソニーは、サービスステーションと修理受付認定店などをあわせて、全世界に約5,900カ所を超えるサービスネットワークを擁しています。お客様のご要望に迅速に対応できるよう、修理サービスの品質改善に向けて他社との比較分析を積極的に行い、物流日数や修理日数の短縮、修理料金の見直しなどお客様の満足度向上に向け、世界の各地域において活動しています。

修理サービス拠点数（2011年度）

地域	修理サービスネットワーク数
日本	576
北米	1,664
欧州	1,365
中国本土・香港	594
パンアジア※2	1,150
中南米	583

※2 該当地域：台湾、韓国、東南アジア、中近東、アフリカ、オセアニア

品質・サービス

使いやすさとアクセシビリティ

製品が多機能化する中で、「使いやすさとアクセシビリティ」を製品品質の一要素としてとらえ、できるだけ多くの方に快適に使っていただける商品やサービスの提供を目指しています。

使いやすさ向上への取り組み

デジタル技術の進展に伴い、製品は便利になる一方で多機能化しており、それらを有効かつ効率的に操作できるようにする事が求められています。この状況を踏まえ、ソニーは「使いやすさ」を製品品質の一要素として捉え、お客様により快適に使っていただける商品やサービスの提供を目指しています。

また、ソニー製品は日本や欧米のみでなく、新興国などより多くの地域のお客様にお使いいただいております。それぞれの文化やライフスタイルにおいての「使いやすさ」を実現する必要があります。ソニーは、製品開発過程において、インド、中国、ブラジルなど国内外の様々な地域でのユーザーテストの実施を推進し、「使いやすさ」のさらなる向上に向けて活動しています。



ユーザーテスト（使いやすさ評価）の様子

ソニーの「使いやすさ」を考慮した製品の例：

・テレビリモコン

一部のテレビリモコンでは、よく使うボタンの面積を大きくすることで操作性が良くなり、また、無線技術の採用により、リモコンをテレビに向ける必要がなくなり、机の上においたままでも、どのような持ち方をしても使えるようになっているものがあります。このリモコンは液晶テレビ〈ブラビア〉HX920、HX850、HX820、HX750、HX720、NX720、EX720、EX72S、EX420、に搭載されています。

また、2012年発売の液晶テレビBRAVIA HX850/HX750/HX65R/EX550/EX540シリーズでは、カラーユニバーサルデザインの観点から、付属リモコンのボタンのサイズと配色、インジケータLEDの発光色と明るさについて、多様な色覚を持つユーザーに配慮してデザインいたしました。これらのリモコンは、NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構（CUDO）からカラーユニバーサルデザイン認証を取得しております。



・ブルーレイディスクレコーダー

ソニーのブルーレイディスクレコーダーでは、初めて操作する時に、使い方がわからなくてもリモコンの「らくらくスタート」ボタンを押すだけで、テレビ画面のガイドを見ながら、番組の予約や録画した番組の再生などを簡単に操作できるようになっています。この「らくらくスタートメニュー」はブルーレイディスクレコーダー BDZ-AT2700T、AT970T、AT950W、AT770T、AT750W、AT350S、SKP75に搭載されています。



「らくらくスタートメニュー」の表示画面

・デジタル一眼カメラ

デジタル一眼カメラαシリーズ（α77、α65）では、グリップ部分の形状とサイズの検討にあたり、世界各地でユーザー調査を行うほか、さまざまな年齢の方々の手形を集めて解析し、試作や評価を繰り返し行うことで、握り心地を高めるとともに撮影時の操作性を大幅に向上しています。



α77のグリップ形状

詳しくは、「ソニーデザイン」のページをご覧ください

お客様の声を活かした製品の例：

ソニーでは、お客様の声を社内にフィードバックし、積極的に製品づくりに生かす取り組みを行っています。お客様の声を活かした製品の例として、製品本体の液晶画面上に操作説明の表示や操作を導く機能を搭載し、使いやすさを向上させたデジタルスチルカメラ・ビデオカメラや、外部記録媒体挿入部分の構造を改善し、誤って挿入した記録媒体も取り出せるようにしたデジタルフォトフレームがあります。また、開発段階の試作品を実際にお客様に使っていただき、お寄せいただいたご意見を最終製品へ反映させた例として、グリップ角度を握りやすい7度にしたデジタルビデオカメラがあります。



お客様の声の社内フィードバックにより使いやすさを向上した製品例（デジタルフォトフレーム）



試作を繰り返し、グリップ角度を握りやすい7度にしたデジタルビデオカメラ

アクセシビリティ向上への取り組み

またソニーは、「アクセシビリティの向上」にも取り組んでいます。これは、高齢者や障がい者の方々を含め、できるかぎり多くの人々に使っていただけるようにすることです。

アクセシビリティを考慮した製品の例：

・スピーカー付きリモコン

手でテレビの音声が聞き取りやすい

子どもから高齢者まで幅広いユーザーにとっての使いやすさを実現したリモコンRM-PSZ35TVは、ニュースやドラマなどのコンテンツにおける「人の声」が聞き取りやすいように、アンプの周波数特性やキャビネット底面のバスレフポートの形状を工夫したコードレススピーカーを搭載しています。これにより、テレビから離れていても、手で「声」と「会話」がはっきり聞こえ、テレビのボリュームを上げすぎることなく楽しむことができます。



スピーカー付きリモコン RM-PSZ35TV

使いやすさ、見やすさ、押しやすさを重視した筐体デザイン

つまみやすい形状と適度な抵抗感で回しやすく、「カチッ」という音とランプで電源のオンオフが分かるスピーカー電源兼ボリュームつまみや、機能ごとに色分けされて大きな文字で見やすいボタンなど、使いやすさを重視したデザインを採用しています。



この他、テーブルなどに置いた状態で使用する場合、底面のゴム足によってボタンを押しても後ろにズレないようにする工夫もしています。

● 詳しくは、製品情報のページをご覧ください

この他、欧州向けのテレビに関しては、視覚障がい者の方々のために音声ガイド機能が内蔵され、聴覚障がい者の方々のためにデジタルビデオ放送規格の字幕が導入されています。アメリカ、カナダ、欧州で販売されている電子書籍リーダー“Reader”は、一台にたくさんの本を保存して手軽に持ち出すことができ、必要に応じて画面上の文字サイズを変更できるようになっています。また、一部のテレビでは、ヘッドホンをつなげた際に、スピーカーとヘッドホンの両方から音を出して、その音量を別々に調整できるようになっています。これにより、耳の聞こえが悪いかたでも、ヘッドホンで大きな音量で聞くことができ、ご家族に気がねすることなく、一緒にテレビを楽しむことができます。

今後も、より幅広いお客様へ「使いやすさ」や「アクセシビリティ」に配慮した製品・サービスの提供を行ってまいります。

多様なお客様への情報提供

ソニーでは、一般のカatalogや取扱説明書を利用することができない、主として視覚障害をお持ちの方のために、「聞くカatalogCD版」と「声の取扱説明書」を提供しています。

「聞くカatalogCD版」（ソニーマーケティング（株）：制作、日本点字図書館：協力）は、新商品の主な機能を音声でご案内し、年に2回発行し、同一内容をWebでも公開しています。

また、一部の機種ではソニーの製品情報サイト上で、「声の取扱説明書」として商品の使い方を音声（およびテキストデータ）で提供しています。

- 「聞くカatalog」ホームページ
- 「声の取扱説明書」ホームページ

年齢別レーティング制度、ウェブアクセス制限への取り組み

（株）ソニー・コンピュータエンタテインメント（SCE）は、ゲームを音楽・映画・テレビと並ぶエンタテインメントの一つに育てたいと考え、幅広いユーザー層に向けてプレイステーションビジネスを展開してきました。

ゲーム業界では、ゲームソフトのジャンルの広がりに対応し、購入時にどのくらいの年齢層を対象としたソフトであるかといった商品情報を提供するために、日米欧各地域の業界団体（CERO/ESRB/PEGI）の年齢別レーティング制度を導入しています。米国ESRBの制度は10年以上の実績を持っており、社会的に高い評価を得ていますし、PEGIはエンタテインメント産業の自主規制の枠組みとして欧州委員会から支持されています。日本においても、販売店の皆様の協力のもとCERO審査による「Z：18歳以上のみ対象」ソフトウェアの18歳未満のお客様への販売を自主的に規制するなど、レーティング制度の実効性を高めるための施策を推進しています。

また、SCEは、PSP®「プレイステーション・ポータブル」および「プレイステーション 3」のハードウェアに、視聴年齢制限に対応するパレンタルロック機能を搭載しました。この機能は、お客様がソフトウェアの年齢区分を判断してお子様に適切なコンテンツを視聴させることを可能にするものです。

近年、ウェブへのアクセスが低年齢化している中、子どもへの有害サイトの影響が懸念されます。こうしたことから、インターネット関連サービスを行うソネットエンタテインメント（株）では、有害サイトやフィッシング詐欺に関連するサイトにフィルターをかけ、見られないようにするサービス「サイトセレクト」を提供し、家族全員が安心してインターネットを利用できる環境を提供しています。



®2009 So-net
Entertainment
Corporation So-net
「サイトセレクト」の
ホームページ

- So-net 「サイトセレクト」